



Christophe Evans (dir.)

## Mener l'enquête Guide des études de publics en bibliothèque

Presses de l'enssib

---

# Mode d'emploi

Christophe Evans

---

DOI : 10.4000/books.pressesenssib.566  
Éditeur : Presses de l'enssib  
Lieu d'édition : Presses de l'enssib  
Année d'édition : 2011  
Date de mise en ligne : 4 avril 2017  
Collection : La Boîte à outils  
ISBN électronique : 9782375460351



<http://books.openedition.org>

### Référence électronique

EVANS, Christophe. *Mode d'emploi* In : *Mener l'enquête : Guide des études de publics en bibliothèque* [en ligne]. Villeurbanne : Presses de l'enssib, 2011 (généré le 01 février 2021). Disponible sur Internet : <http://books.openedition.org/pressesenssib/566>. ISBN : 9782375460351. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.pressesenssib.566>.

---

## MODE D'EMPLOI

*par Christophe Evans*

Ce guide pratique consacré à la méthodologie des enquêtes de publics est prioritairement destiné à des non spécialistes qui travaillent dans des bibliothèques – quel que soit leur type : municipal, universitaire, spécialisée, etc. –, ou dans des centres de documentation. Que ces professionnels soient amenés à réaliser eux-mêmes un projet d'étude, en se transformant en enquêteur pour l'occasion, ou que leur rôle se limite à accompagner ce projet en en confiant la réalisation à un tiers extérieur (prestataire spécialisé, stagiaire ou autre). Étant donné le format de l'ouvrage, il s'agit d'un guide généraliste, sachant toutefois que sont abordées ici l'ensemble des phases que couvrent les enquêtes : les phases préparatoires (dites également exploratoires), les phases de production des données (dites phases terrain) et enfin les phases d'exploitation des données au sens le plus englobant (phases d'analyse, d'interprétation, de synthèse, de restitution et de communication des résultats). Il va sans dire que c'est la confrontation répétée au terrain de même que l'appropriation d'autres sources d'information – ouvrages de référence sur le sujet, formations, etc. – qui peuvent permettre de gagner en assurance et en expertise sur le sujet.

Trois partis pris, pour résumer, ont orienté la démarche de production de notre guide pratique :

– premier parti pris, ne pas en faire un ouvrage de sociologie à proprement parler. Les enquêtes de publics sur lesquelles nous allons consacrer notre attention relèvent plus, en effet, de l'étude appliquée que de la recherche fondamentale. Elles se situent, par ailleurs, au confluent de plusieurs disciplines (dont le marketing) qui utilisent souvent les mêmes outils et les mêmes méthodes d'investigation, sans toutefois en faire le même usage ou du moins sans en tirer les mêmes conclusions ;

– second parti pris, faire intervenir des « méthodologues » expérimentés, mais aussi des professionnels qui se sont « frottés » à l'exercice avec plus ou moins de difficulté et souvent beaucoup de réussite. On trouvera donc ici, en plus d'articles spécifiquement consacrés à la méthodologie des enquêtes de publics, des retours d'expériences concrètes qui proviennent de trois grands domaines d'activité : les bibliothèques municipales, les bibliothèques départementales de prêt et les bibliothèques universitaires ;

– troisième et dernier parti pris, aborder des aspects parfois négligés dans d'autres guides du même type. À savoir, la question de l'analyse des données internes qui permet justement de se passer parfois d'enquêtes de publics ; la question épineuse des aspects juridiques des études sur le terrain des bibliothèques ; également la question des *focus groups* (ou groupes de discussion) ou celle des nouveaux outils d'enquête en ligne tels que LibQUAL+®.

## PLAN DE L'OUVRAGE ET SPÉCIFICITÉ DES ENQUÊTES EN BIBLIOTHÈQUE

+++++

L'ouvrage est divisé en trois parties et s'efforce de suivre la chronologie propre aux enquêtes de terrain. Dans la première partie, Françoise Gaudet, forte de son expérience de direction d'un service d'études appliquées et de recherche fondamentale installé dans une grande bibliothèque, posera le cadre général d'une démarche d'enquête en établissant la liste complète des opérations parfois contraignantes que ce type de projet implique. Ses « leçons pratiques » seront suivies par un petit développement réalisé par Dominique Rouillard concernant les aspects juridiques des enquêtes, ainsi qu'une présentation de la rubrique portant sur les études de publics de la bibliothèque numérique de l'enssib rédigé par Béatrice Michel. Un texte de Claude Poissenot sur l'exploitation des données déjà existantes propres aux bibliothèques viendra clore cette partie introductive en rappelant que les questions que l'on se pose parfois au démarrage d'une étude de publics peuvent (et doivent) être alimentées par des données internes. La seconde partie sera l'occasion de présenter la palette riche des méthodes et des

outils : des méthodes quantitatives\*<sup>1</sup> présentées par Romuald Ripon, aux méthodes qualitatives\* détaillées par Mariangela Roselli jusqu'aux méthodes très spécifiques telles que les groupes de discussion et aussi LibQUAL+® que présentera Nicolas Alarcon, dont on entend beaucoup parler aussi bien sur le terrain des bibliothèques universitaires que sur celui des bibliothèques publiques. En troisième et dernière partie, on profitera de l'expérience engrangée par des bibliothécaires non spécialistes des enquêtes ayant eu l'occasion de passer de la théorie des études à la pratique : sur le terrain des bibliothèques départementales de prêt par Diane Roussignol et Dominique Lahary, sur celui des réseaux de lecture publique par Véronique Leport et, bien sûr, en bibliothèque universitaire, par Isabelle Kratz, secteur où les enquêtes se multiplient.

On pourra se demander, après ce tour d'horizon, s'il existe bien une spécificité propre aux enquêtes sur le terrain des bibliothèques. La réponse à cette question est à la fois négative et positive. Non, à vrai dire – et c'est heureux –, la méthodologie d'enquête est, par certains côtés, universelle et peut s'affranchir des contextes particuliers (ce décentrement, on le verra, est même souvent salutaire, ce qui permet à des prestataires étrangers aux milieux qu'ils investissent de faire valoir malgré tout leur expertise méthodologique). Oui, cependant, l'enquête sur le terrain des bibliothèques est particulière dans la mesure où elle se déroule dans un environnement à dominante culturelle encore fortement marqué par le sceau de la légitimité et du symbolique : en ce sens, l'enquête de publics est délicate et parfois normative (le questionnaire peut se transformer en véritable examen culturel), ce qui rend la tâche des bibliothécaires-enquêteurs encore plus compliquée sachant que, dans certains cas, cela revient à tenter d'être un observateur neutre quand on est un agent impliqué. On verra, au détour de certaines contributions, quelles postures et quelles procédures peuvent permettre de s'extraire de ce mauvais pas.

---

1. Les termes suivis d'un astérisque (à leur première occurrence) sont définis dans le glossaire en fin d'ouvrage.

## L'INTÉRÊT DES DONNÉES D'ENQUÊTE ET LA FAUSSE QUERELLE DES MÉTHODES

+++++

Les enquêtes, dites communément « de publics », sont généralement destinées à combler des manques d'information concernant la connaissance, la réponse ou la non-réponse des individus face aux offres qui leur sont proposées. Enquêtes de satisfaction, de notoriété, de fréquentation, d'usages, de prospective, elles portent aussi bien sur la question des pratiques que sur celle des représentations au sens large (images, attentes, opinions, valeurs, etc.). À l'issue d'une enquête, on entend pourtant souvent des remarques du type : « *on le savait déjà* », « *on aurait pu s'en douter* » ; sentences lapidaires qui peuvent conduire au fatidique : « *tout ça pour ça...* ». Cette impression de déjà su qui est inhérente aux investigations dans le champ social (sur la physique quantique, le sens commun est souvent moins loquace) ne doit pas faire perdre de vue une chose essentielle : les données collectées dans le cadre de ce genre d'enquête ont précisément pour objectif de distinguer le vraisemblable de l'observé. La connaissance des publics ne peut se satisfaire en effet d'un savoir intuitif. On ne construit pas une politique d'offre ou de services sur du sable, pour ne parler que de cet aspect des choses.

Vraies ou fausses ? Telles sont également les questions auxquelles on peut tout aussi rapidement se trouver confronter à l'issue d'une enquête. Sans chercher à contourner l'obstacle, on répondra ici que les données d'étude ne sont pour ainsi dire ni « vraies », ni « fausses » à proprement parler, mais simplement « relatives ». Elles doivent en effet nécessairement et systématiquement être mises en relation avec les dispositifs méthodologiques qui ont été employés pour les produire (et pas seulement être rapportées à la taille des échantillons concernés !). Elles sont, par conséquent, dépendantes des choix qui ont été opérés en amont de l'étude et des moyens de contrôle mis en œuvre au cours des phases de recueil et d'exploitation des informations. Les enquêtes de publics n'ont donc pas grand-chose à voir avec la pêche en eau trouble, elles requièrent méthode

et anticipation ; mais elles supposent également bon sens et distance critique. Sans « méthode », les « techniques », même rigoureusement employées, sont parfois inopérantes.

Comme il sied à un guide pratique généraliste tel que le nôtre, nous ne prendrons pas parti d'emblée dans la querelle des méthodes qui oppose les tenants des enquêtes quantitatives par sondages aux tenants des enquêtes qualitatives par entretiens ou observations<sup>2</sup>. Il faut couper court au contraire à cette tendance naturelle qui consiste à envisager la démarche d'enquête avec un outil déjà en tête (souvent un questionnaire...). C'est mettre la charrue avant les bœufs et le résultat n'est pas bon : ça n'avance pas, ou très mal. Plutôt que de lire cet ouvrage de façon très sélective et partielle, je recommande ainsi pour ma part de prendre connaissance de tous les développements qui sont proposés concernant les différentes méthodes d'enquête avant de se jeter à l'eau ; au moins pour affermir ses choix et les justifier. Si les enquêtes quantitatives, parce qu'elles portent sur de gros échantillons, permettent de prendre du recul, de généraliser et de mesurer des écarts (notamment dans le temps), on verra que les enquêtes qualitatives, qui portent au contraire sur de petits corpus étudiés de façon détaillée (voyez comme on ne parle plus d'échantillons), permettent « d'incarner » des situations réelles : « carrière d'usager », système de normes et de valeurs porté par un ou plusieurs individus, logiques de satisfaction et de représentation, etc. Dans un cas, pour ainsi dire, le squelette, dans l'autre, la chair, mais sur une région très localisée du squelette. L'un va difficilement sans l'autre, on en conviendra, et il n'est pas question de les opposer.

Dernière remarque avant les trois coups et le levé de rideau : comme le rappelait de façon pertinente Jean-François Barbier-Bouvet, les données d'enquête ne sont justement jamais « données », déjà là avant l'enquête,

---

2. On dit souvent, à juste titre, que les méthodes qualitatives sont indispensables pour tout ce qui n'est pas facilement chiffrable et relève du discours et du cognitif. Mais, même les statisticiens s'accordent pour dire que, pour finir, quand on produit des données chiffrées, il faut encore les interpréter, c'est-à-dire passer par du discours. « Les statistiques sont des malheureuses qu'on fait parler sous la torture », disait Alfred Sauvy.

elles sont construites par l'enquêteur via ses positionnements, ses choix et le système de contraintes auxquelles il est confronté<sup>3</sup>, voyons voir comment...

---

3. Jean-François Barbier-Bouvet. « Les enquêtes sur la lecture », in Martine Poulain (dir.), *Pour une sociologie de la lecture*. Paris, Éditions du Cercle de la Librairie, 1988.